

# Saberes Humanos e Transformações Sociais: diálogos interdisciplinares



João Joelmy Sobral  
Felipe de Lima Alves  
Laís Vivian Oliveira Rufino



## **Conselho Editorial**

Everton Henrique Mesquita De  
Arruda  
Andressa Santana Batista  
Marcelo Carvalho da  
Conceição  
Patricia da Silva

## **Avaliadores**

Maria Gabrielle Fernandes  
Vieira de Sousa  
  
Amanda Veríssimo

**Publicação:** Editora Publique-se

Número do volume: 01

Páginas: 01 à 1000.

Número da edição/revisão: 01

Série: 01.

Cidade: Capão Bonito - SP.

**ISBN: 978-65-82888-00-7**

**DOI: 10.5281/zenodo.20509031**

# O PAPEL DO “FATO OU FAKE”: ANÁLISE DA EFICÁCIA DAS AGÊNCIAS DE CHECAGEM NO COMBATE À DESINFORMAÇÃO EM REDES SOCIAIS DURANTE PERÍODOS ELEITORAIS.



10.5281/zenodo.20516384

**Leon Nascimento Gomes.**

Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela Universidade Estadual do Centro-Oeste do Paraná (UNICENTRO) (2017–2021). Possui mestrado pelo Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Letras Português pela Universidade Estadual do Centro-Oeste do Paraná (UNICENTRO) (2021–2023). Atua nas áreas de comunicação social, jornalismo, letras, língua portuguesa, estudos da linguagem, produção textual, comunicação e cultura. Currículo Lattes: [lattes.cnpq.br/0919266746570330](https://lattes.cnpq.br/0919266746570330). ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-1283-2597>. E-mail: [leongomes78@gmail.com](mailto:leongomes78@gmail.com)

## INTRODUÇÃO

A comunicação política contemporânea, ao se deslocar de modelos centrados na mediação jornalística e partidária para ecossistemas digitais marcados por conectividade permanente, circulação descentralizada e modulação algorítmica da visibilidade, passou a operar em uma gramática comunicacional na qual a disputa pelo sentido público dos acontecimentos não se organiza apenas pela apresentação de argumentos, programas ou interpretações ideológicas, mas também pela capacidade de produzir fluxos, afetar percepções, intensificar antagonismos e transformar conteúdos em unidades compartilháveis de engajamento. Gomes (2025), ao examinar as transformações da política na era digital, permite compreender que a atenção pública se torna um recurso disputado em ambientes nos quais os critérios de relevância deixam de depender exclusivamente da autoridade institucional e passam a ser atravessados por métricas de circulação, reações emocionais e mecanismos técnicos de recomendação; já Hoffmann e Santos (2024), ao situarem a comunicação política no horizonte das democracias contemporâneas, indicam que a fragmentação dos públicos e a segmentação discursiva modificam as condições de formação da opinião, uma vez que a deliberação passa a conviver com circuitos de confirmação, suspeição e fechamento interpretativo. Essa reconfiguração não elimina os meios de massa nem dissolve por completo a imprensa tradicional, mas institui uma sobreposição de regimes comunicacionais, pois Gomes (2025), em sua leitura sobre a política na era da comunicação de massa, já havia assinalado que a visibilidade pública se tornou componente constitutivo da vida política moderna, enquanto a ambiência digital aprofunda tal processo ao introduzir formas de circulação mais rápidas, distribuídas e tecnicamente opacas. Nesse cenário, Joanguete (2017) tensiona a noção de cibercidadania ao demonstrar que a participação política mediada por tecnologias digitais pode ampliar canais de expressão, mas também pode expor os sujeitos a fluxos informacionais desordenados, nos

quais a validade factual dos conteúdos concorre com pertencimentos, adesões afetivas e identidades políticas. Esteves (2007), ao tratar da internet como desafio à democracia, já observava que a descentralização da emissão, embora abrisse possibilidades de pluralização comunicativa, fragilizava filtros institucionais historicamente vinculados à mediação da informação, produzindo um campo no qual a autoridade discursiva se tornaria mais instável. Assim, a esfera pública digital não deve ser compreendida como simples ampliação tecnológica da conversação democrática, mas como uma formação sociotécnica contraditória, na qual a multiplicação de vozes convive com assimetrias de poder, captura da atenção, opacidade algorítmica, competição por visibilidade e circulação de conteúdos cuja força social não depende necessariamente de sua consistência factual.

Nesse quadro de reconfiguração da comunicação política, a desinformação adquire densidade analítica quando deixa de ser tratada como erro isolado, boato episódico ou anomalia moral da conversação pública, passando a ser compreendida como prática estruturada de produção, circulação e estabilização de sentidos em redes digitais, especialmente em contextos eleitorais, nos quais a disputa por legitimidade intensifica a produção de narrativas concorrentes sobre candidatos, instituições, fatos sociais e procedimentos democráticos. Castro et al. (2022), ao examinarem a relação entre comunicação política, fake news e redes sociais, permitem perceber que a disseminação de conteúdos enganosos se associa a estratégias comunicacionais que exploram vulnerabilidades cognitivas, afetivas e identitárias dos públicos, enquanto Piaia (2021), ao analisar o WhatsApp nas eleições presidenciais brasileiras de 2018, aprofunda essa discussão ao indicar que plataformas de mensageria privada operam em circuitos de confiança interpessoal, nos quais a mensagem frequentemente circula legitimada pela proximidade entre remetente e receptor, dificultando a contestação pública e o monitoramento externo. Alves, Tavares e Albuquerque (2019), ao discutirem a datificação e o mapeamento de redes no Facebook, contribuem para deslocar a análise do conteúdo falso para os fluxos que o impulsionam, pois a desinformação, em ambientes digitais, depende de padrões de propagação, pontos de amplificação e interações distribuídas que não obedecem a uma lógica linear de emissão e recepção. Marini (2023), ao observar as campanhas eleitorais a partir das redes sociais, reforça que a segmentação de públicos e a personalização das mensagens ampliam a capacidade de direcionamento discursivo, ao passo que Fratini (2020) permite compreender que a comunicação digital de campanha se organiza por narrativas desenhadas para produzir adesão, reconhecimento e mobilização em temporalidades aceleradas. Rossetto, Carreiro e Almada (2013), em sua análise sobre Twitter e comunicação política, antecipam parte desse problema ao apontarem que as plataformas oferecem possibilidades de comunicação direta, mas condicionam tal comunicação por lógicas próprias de visibilidade e circulação, enquanto Caro, Araujo e Cunha (2022) ampliam esse horizonte ao situarem as redes digitais como ambientes complexos, nos quais atores institucionais, influenciadores, usuários comuns e dispositivos técnicos interagem na produção de efeitos comunicacionais não plenamente controláveis. Desse modo, a desinformação eleitoral não incide apenas sobre a escolha individual do eleitor, mas sobre as condições simbólicas de reconhecimento do processo democrático, pois, ao produzir suspeição, deslegitimação e

versões conflitantes da realidade, ela desloca o debate público para uma zona de instabilidade em que a verdade factual passa a disputar espaço com narrativas emocionalmente eficazes, tecnicamente amplificadas e socialmente aderentes a comunidades políticas específicas.

A emergência das agências de checagem insere-se precisamente nesse ponto de tensão entre crise de autoridade informacional, aceleração da circulação digital e necessidade de reconstrução pública dos critérios de verificabilidade, razão pela qual o fact-checking não pode ser reduzido a uma técnica jornalística de correção pontual, mas deve ser situado como prática institucional que reorganiza procedimentos de apuração, explicitação metodológica, classificação de enunciados e disputa pela legitimidade do fato. Seibt (2019), ao interpretar o jornalismo de verificação como tipo ideal, permite compreender que a checagem desloca para o primeiro plano uma dimensão que tradicionalmente permanecia incorporada às rotinas internas da produção jornalística, tornando visível o percurso de prova que sustenta determinada conclusão; Soares (2019), ao analisar a linguagem dos textos de combate à desinformação na agência Aos Fatos, acrescenta que essa prática depende não apenas da consistência técnica da apuração, mas também da forma discursiva pela qual o procedimento é apresentado ao público, pois a verificabilidade precisa ser comunicada de modo inteligível sem dissolver a complexidade do processo analítico. Ferreira (2024) situa o fact-checking como resposta à desinformação em um cenário de erosão da confiança pública, enquanto Silva e Kneipp (2022) o compreendem como tentativa de reafirmação do compromisso jornalístico com os fatos em um tempo no qual a própria noção de factualidade se encontra politicamente contestada. Essa reconstrução, contudo, não ocorre em terreno neutro, pois Gonçalves (2021), ao analisar Lupa e Chequeado no enfrentamento da desinformação no Brasil e na Argentina, mostra que as agências atuam em campos atravessados por conflitos políticos, disputas institucionais e expectativas públicas heterogêneas, enquanto Franciscato e Gonçalves (2021), ao discutirem inovação aberta durante a pandemia, demonstram que a capacidade de resposta das agências depende de colaboração, adaptação tecnológica e redes de conhecimento. O modelo do “Fato ou Fake”, nesse horizonte, deve ser compreendido como expressão institucional de uma resposta jornalística às formas contemporâneas de circulação da desinformação, articulando monitoramento, seleção de conteúdos, verificação, classificação e publicação em formatos adaptados às plataformas digitais, sem que isso elimine a tensão entre o tempo da apuração e o tempo da viralização. Como Pinto e Oliveira (2023) observam ao discutir agências de fact-checking e identificação de fake news, a eficácia da checagem depende de critérios de seleção, relevância pública e impacto social, ao passo que Lauriano (2020), Faria (2022), Teixeira e Martins (2020) e Viana (2021) permitem perceber que eleições, crises sanitárias e ambientes de alta polarização expõem os limites de uma intervenção que, embora metodologicamente consistente, precisa disputar alcance, confiança e recepção em ecossistemas nos quais a desinformação circula por velocidade, pertencimento e repetição.

Diante desse encadeamento, em que a comunicação política digital reconfigura a esfera pública, a desinformação se consolida como prática sociotécnica de disputa simbólica e as agências de checagem

surgem como instâncias jornalísticas de reconstrução da factualidade, torna-se necessário problematizar não apenas a existência dessas iniciativas, mas sua capacidade efetiva de incidir sobre os circuitos nos quais conteúdos enganosos são produzidos, legitimados e compartilhados, pois a simples presença de mecanismos de verificação não assegura, por si só, a interrupção da circulação desinformativa nem a revisão das crenças que sustentam sua adesão social. Diante disso, pergunta-se: de que maneira as agências de checagem, especialmente o modelo do “Fato ou Fake”, demonstram eficácia no combate à desinformação em ambientes digitais e em períodos eleitorais?

O objetivo geral deste trabalho consiste em analisar a eficácia das agências de checagem no combate à desinformação, com atenção ao modelo do “Fato ou Fake”, considerando as transformações da comunicação política no ambiente digital, as dinâmicas de circulação de conteúdos enganosos em redes sociais e os limites da verificação factual diante de ecossistemas informacionais marcados por velocidade, segmentação, polarização e disputa pela autoridade pública do fato. Ao formular esse objetivo, a pesquisa não parte da premissa de que a checagem seja uma solução plena para a desinformação, mas assume como eixo analítico a necessidade de compreender sua atuação como prática situada, dependente de metodologias jornalísticas, critérios editoriais, formas de circulação, reconhecimento institucional e adesão dos públicos. Assim, o trabalho busca examinar a checagem como intervenção que se realiza no interior de uma arena comunicacional instável, na qual a factualidade não se impõe apenas por sua demonstração documental, pois precisa disputar espaço com narrativas produzidas para mobilizar afetos, confirmar identidades e reorganizar percepções políticas em ambientes digitais de alta intensidade comunicacional.

Os objetivos específicos consistem em discutir as transformações da comunicação política no ambiente digital, examinando como redes sociais, plataformas de mensageria, datificação, segmentação de públicos e mecanismos de visibilidade alteram as condições de circulação dos discursos políticos; analisar as dinâmicas de disseminação da desinformação em redes sociais e seus impactos nos processos eleitorais, considerando a articulação entre estratégias comunicacionais, engajamento afetivo, circuitos de confiança e deslegitimação institucional; compreender o surgimento, a consolidação e as metodologias das agências de fact-checking, observando seus critérios de seleção, procedimentos de verificação, formas de classificação e estratégias de comunicação pública; examinar a estrutura, o funcionamento e as estratégias do modelo do “Fato ou Fake”, situando-o como iniciativa jornalística orientada à contenção de conteúdos enganosos; e avaliar criticamente os alcances e limites da eficácia das agências de checagem, considerando que a verificação factual produz efeitos de correção, documentação e responsabilização, mas enfrenta restrições derivadas da arquitetura das plataformas, da velocidade da viralização, da polarização política e da resistência de públicos imersos em ecossistemas de suspeição.

A metodologia adotada caracteriza-se como pesquisa bibliográfica, de abordagem qualitativa e natureza analítico-interpretativa, estruturada a partir do exame de produções acadêmicas que discutem comunicação política digital, esfera pública em rede, desinformação, fake news, campanhas eleitorais,

fact-checking, jornalismo de verificação e atuação de agências de checagem. A investigação não se orienta por levantamento estatístico de impacto nem por mensuração empírica de alcance das checagens, mas por análise teórica e crítica das categorias que permitem compreender a eficácia dessas iniciativas em sua dimensão comunicacional, institucional e democrática. Nesse percurso, os estudos de Gomes (2025), Joanguete (2017), Esteves (2007), Hoffmann e Santos (2024), Marini (2023), Piaia (2021), Alves, Tavares e Albuquerque (2019), Castro et al. (2022), Caro, Araujo e Cunha (2022), Rossetto, Carreiro e Almada (2013), Seibt (2019), Ferreira (2024), Gonçalves (2021), Franciscato e Gonçalves (2021), Soares (2019), Pinto e Oliveira (2023), Viana (2021), Silva e Kneipp (2022), Faria (2022), Teixeira e Martins (2020) e Lauriano (2020) são mobilizados de modo articulado, não como repertório descritivo de autores, mas como base para tensionar conceitos, aproximar problemas e construir uma leitura crítica sobre a relação entre verificação factual e circulação da desinformação. A análise privilegia a articulação entre os planos tecnológico, jornalístico, político e social, partindo da compreensão de que a eficácia das agências de checagem não pode ser avaliada apenas pelo produto final da verificação, pois depende das condições de produção, circulação, recepção e legitimação das checagens nos ambientes digitais.

A justificativa deste estudo decorre da centralidade que a desinformação adquiriu nas democracias contemporâneas, especialmente em períodos eleitorais, quando a circulação de conteúdos enganosos pode interferir na formação das preferências políticas, na percepção pública sobre instituições e na confiança coletiva nos procedimentos que sustentam a disputa democrática. A escolha do tema responde à necessidade de compreender criticamente as agências de checagem como parte de uma infraestrutura informacional voltada à recomposição da factualidade pública, sem atribuir a elas uma capacidade automática de neutralização da desinformação. Essa discussão ganha densidade porque o enfrentamento dos conteúdos falsos, enganosos ou manipulados não depende apenas da existência de informações corretas, mas da forma como essas informações circulam, alcançam públicos específicos, disputam regimes de confiança e se inserem em ecossistemas digitais regulados por plataformas privadas e por lógicas de engajamento. Ao analisar a eficácia das agências de checagem, especialmente o modelo do “Fato ou Fake”, o trabalho contribui para a reflexão sobre os limites e possibilidades do jornalismo de verificação em sociedades marcadas pela fragmentação da esfera pública, pela intensificação da comunicação política em rede e pela crescente instabilidade da autoridade informacional. A pertinência acadêmica da pesquisa reside, portanto, em deslocar a análise da checagem do plano estritamente operacional para uma abordagem estrutural, capaz de examinar como a factualidade é produzida, contestada e defendida em ambientes digitais; sua pertinência social reside na possibilidade de ampliar a compreensão sobre práticas de enfrentamento da desinformação que não se restrinjam à correção posterior de conteúdos, mas que se articulem a políticas de educação midiática, transparência das plataformas, fortalecimento do jornalismo profissional e reconstrução dos vínculos públicos de confiança.



## **2. Desinformação, esfera pública digital e períodos eleitorais**

### **2.1 Transformações da comunicação política no ambiente digital**

A reconfiguração da comunicação política no ambiente digital não pode ser compreendida como mera transposição de práticas consolidadas nos meios de massa para novas plataformas, mas exige o reconhecimento de uma alteração estrutural nas formas de produção, circulação e legitimação dos discursos políticos, em que a mediação institucional perde centralidade diante de dinâmicas descentralizadas e tecnicamente moduladas. Nesse contexto, a arquitetura das redes digitais, marcada por algoritmos de recomendação, pela lógica da conectividade permanente e pela possibilidade de emissão ampliada por parte de indivíduos e coletivos, altera as condições de visibilidade e de disputa simbólica no espaço público, deslocando o eixo da comunicação política de um modelo verticalizado para um regime de interações múltiplas e simultâneas, ainda que atravessadas por assimetrias de poder menos evidentes. Gomes (2025) analisa esse processo ao indicar que a política contemporânea passa a operar em um ambiente no qual a atenção se converte em recurso escasso e disputado, sendo organizada por critérios que escapam ao controle direto dos atores políticos tradicionais, enquanto Hoffmann e Santos (2024) observam que essa transformação implica uma redefinição das próprias bases da deliberação democrática, uma vez que a fragmentação dos públicos e a segmentação discursiva reduzem a possibilidade de formação de consensos amplos. Ao mesmo tempo, Joanguete (2017) introduz a noção de cibercidadania para problematizar o modo como a participação política mediada por tecnologias digitais amplia potencialmente o engajamento, mas também expõe os indivíduos a fluxos informacionais desordenados, nos quais a veracidade dos conteúdos não constitui necessariamente um critério de circulação. Essa ambivalência é aprofundada por Esteves (2007), que já identificava, em momento anterior à plena consolidação das plataformas atuais, a emergência de um cenário em que a internet tensiona simultaneamente as promessas de democratização da comunicação e os riscos associados à desregulação dos circuitos informacionais, produzindo um campo de disputa em que a autoridade discursiva se torna instável e continuamente negociada.

A incorporação das redes sociais às estratégias de comunicação política redefine também os modos de construção da visibilidade e da persuasão, deslocando o foco das campanhas para práticas contínuas de interação e monitoramento de públicos, em que a temporalidade da política se aproxima da lógica do tempo real. Nesse ambiente, a produção de conteúdo não se restringe a momentos eleitorais, mas se insere em fluxos permanentes de atualização, nos quais a performance dos atores políticos é constantemente avaliada e reconfigurada a partir de métricas de engajamento e de circulação. Marini (2023) examina como as campanhas eleitorais passam a operar com base em estratégias orientadas por dados, explorando a segmentação de audiências e a personalização de mensagens, enquanto Fratini (2020) discute a centralidade das narrativas digitais na construção de vínculos simbólicos com o eleitorado, evidenciando que a eficácia comunicativa depende da capacidade de adaptação às dinâmicas



específicas de cada plataforma. Nesse sentido, Alves, Tavares e Albuquerque (2019) introduzem a noção de datificação da comunicação política, destacando que a coleta e análise de grandes volumes de dados permitem não apenas identificar padrões de comportamento, mas também antecipar tendências e ajustar estratégias em tempo quase imediato. Essa lógica é complementada por Caro, Araujo e Cunha (2022), que apontam para a emergência de redes de comunicação complexas, nas quais atores institucionais, influenciadores digitais e usuários comuns interagem em um ecossistema marcado por fluxos horizontais e por processos de amplificação que não seguem critérios editoriais tradicionais. Ao considerar o caso do Twitter, Rossetto, Carreiro e Almada (2013) indicam que a plataforma possibilita a comunicação direta entre representantes e representados, mas também impõe limites decorrentes da própria estrutura técnica e das dinâmicas de visibilidade, enquanto Matos, Dourado e Mesquita (2017) demonstram que o uso estratégico dessas ferramentas envolve a construção de uma presença digital que articula elementos discursivos, performáticos e contextuais, evidenciando que a comunicação política digital não se reduz à transmissão de informações, mas envolve a gestão contínua da imagem pública em ambientes altamente competitivos.

A intensificação dessas transformações implica ainda a emergência de formas de comunicação política que escapam aos enquadramentos tradicionais, incluindo práticas contra-hegemônicas e circuitos informacionais paralelos que desafiam os mecanismos convencionais de regulação e de verificação. Saraiva (2024) propõe que o design da comunicação digital desempenha papel relevante na configuração dessas práticas, ao estruturar modos de interação que favorecem determinadas formas de engajamento e de circulação de conteúdos, enquanto Piaia (2021) analisa o uso do WhatsApp nas eleições brasileiras para demonstrar como plataformas de comunicação privada podem operar como vetores de construção de realidades compartilhadas, nas quais a distinção entre informação e desinformação se torna difusa. Castro et al. (2022) situam esse fenômeno no contexto mais amplo da circulação de fake news, indicando que a velocidade e a capilaridade das redes digitais dificultam a contenção de conteúdos enganosos, ao mesmo tempo em que potencializam sua disseminação em nichos específicos. Lock e Baldissera (2010), ao discutirem a administração da visibilidade na web 2.0, já apontavam para a necessidade de compreender a comunicação política como um processo estratégico de posicionamento em ambientes digitais, nos quais a disputa por atenção se articula com a construção de legitimidade. Camponez, ao abordar as transformações sociais associadas à comunicação política, sugere que essas dinâmicas não podem ser dissociadas das mudanças culturais mais amplas que atravessam as sociedades contemporâneas, nas quais a mediação tecnológica redefine as formas de percepção, interação e participação. Nesse cenário, Mesquita, Ruão e Andrade (2020) destacam que as práticas comunicativas nas mídias sociais introduzem desafios que ultrapassam a esfera técnica, exigindo a reconsideração dos próprios fundamentos da comunicação política, na medida em que as fronteiras entre emissores e receptores se tornam porosas e a produção de sentido passa a ocorrer em ambientes marcados por disputas contínuas, reconfigurando, de maneira não linear, as relações entre política, mídia e sociedade.

## 2.2 Dinâmicas de circulação da desinformação em redes sociais

A circulação da desinformação em redes sociais deve ser compreendida a partir de uma lógica que articula infraestrutura tecnológica, comportamento dos usuários e estratégias comunicacionais orientadas por interesses políticos, em um arranjo que não se limita à difusão de conteúdos falsos, mas envolve a construção de ecossistemas informacionais nos quais a distinção entre verdade e falsidade se torna progressivamente opaca. Gomes (2025) propõe que a política contemporânea opera sob condições de visibilidade reguladas por sistemas algorítmicos que privilegiam conteúdos capazes de gerar engajamento, o que implica uma reorganização das hierarquias tradicionais de relevância e credibilidade, deslocando o foco da verificação factual para a capacidade de circulação. Nesse ambiente, a desinformação não se impõe apenas por sua verossimilhança, mas por sua aderência a circuitos afetivos e identitários que orientam o comportamento dos indivíduos, o que Joanguete (2017) associa às transformações da cidadania digital, marcada por práticas de participação que nem sempre se orientam por critérios deliberativos. A análise de Castro et al. (2022) reforça esse argumento ao indicar que a disseminação de fake news está vinculada a dinâmicas de compartilhamento que privilegiam a rapidez e a confirmação de crenças prévias, o que dificulta a inserção de mecanismos corretivos no fluxo informacional. Ao considerar o papel das plataformas, Esteves (2007) já havia apontado que a internet introduz um cenário em que a descentralização da emissão amplia as possibilidades de expressão, mas simultaneamente fragiliza os filtros institucionais responsáveis pela mediação da informação, criando condições para a proliferação de conteúdos não verificados. Essa combinação entre arquitetura técnica e práticas sociais produz um campo comunicacional em que a desinformação se insere de forma orgânica, não como exceção, mas como componente estrutural das interações digitais.

A dinâmica de circulação desses conteúdos é intensificada pela lógica de redes, na qual a distribuição da informação ocorre por meio de conexões horizontais que favorecem a formação de comunidades discursivas relativamente fechadas, nas quais determinados enunciados circulam com elevada densidade e baixa contestação. Alves, Tavares e Albuquerque (2019) descrevem esse processo ao analisar a datificação das interações no Facebook, evidenciando como a organização dos fluxos informacionais em redes permite identificar padrões de propagação que não dependem de fontes centrais, mas de múltiplos pontos de emissão que se reforçam mutuamente. Nesse sentido, Caro, Araujo e Cunha (2022) observam que as redes digitais operam como sistemas complexos, nos quais a circulação de conteúdos resulta da interação entre diferentes atores e dispositivos, produzindo efeitos que não podem ser previstos a partir de modelos lineares de comunicação. A especificidade de plataformas como o WhatsApp, analisada por Piaia (2021), introduz uma camada adicional de complexidade, uma vez que a comunicação ocorre em ambientes privados ou semi-privados, dificultando o monitoramento e a intervenção externa, ao mesmo tempo em que reforça laços de confiança entre os participantes, o que contribui para a legitimação de conteúdos duvidosos. Marini (2023) acrescenta que, no contexto das campanhas eleitorais, essas dinâmicas são exploradas de forma estratégica, com a produção e

disseminação de mensagens adaptadas a públicos específicos, potencializando a eficácia da desinformação ao inseri-la em circuitos comunicacionais já estruturados. A observação de Rossetto, Carreiro e Almada (2013) sobre o Twitter, embora anterior à consolidação de algumas dessas práticas, já indicava que a circulação de mensagens políticas em ambientes digitais está condicionada por mecanismos de visibilidade que favorecem a repetição e a amplificação, o que contribui para a rápida difusão de conteúdos independentemente de sua veracidade.

A análise dessas dinâmicas exige ainda considerar o papel das estratégias comunicacionais deliberadamente orientadas para a produção e circulação de desinformação, que se articulam com as características técnicas das plataformas para maximizar alcance e impacto. Fratini (2020) discute como campanhas digitais podem estruturar narrativas capazes de mobilizar emoções e gerar engajamento, explorando as lógicas de funcionamento das redes sociais para ampliar a circulação de conteúdos, enquanto Lock e Baldissera (2010) destacam que a administração da visibilidade no ambiente on-line envolve a construção de presenças estratégicas que se adaptam às condições específicas de cada plataforma. Nesse contexto, Saraiva (2024) propõe que o design da comunicação digital desempenha papel relevante na configuração dessas estratégias, ao definir formas de apresentação e interação que influenciam a recepção e a disseminação dos conteúdos. A reflexão de Hoffmann e Santos (2024) sugere que essas práticas estão inseridas em um cenário mais amplo de transformação das democracias contemporâneas, no qual a comunicação política se afasta de modelos centrados na racionalidade argumentativa e se aproxima de dinâmicas marcadas pela fragmentação e pela disputa contínua por atenção. Camponez, ao abordar as transformações sociais associadas à comunicação, aponta que esses processos não podem ser dissociados das mudanças culturais que atravessam as sociedades digitais, nas quais a mediação tecnológica redefine as formas de produção de sentido. Gomes (2025), ao retomar a discussão sobre a política na era da comunicação de massa, indica que a coexistência entre modelos antigos e novos de comunicação cria tensões que se manifestam na circulação da desinformação, enquanto Mesquita, Ruão e Andrade (2020) ressaltam que as práticas comunicativas nas mídias sociais introduzem desafios que exigem a reconsideração dos fundamentos da comunicação política, na medida em que a produção e a circulação de conteúdos passam a ocorrer em ambientes nos quais a distinção entre emissor e receptor se dissolve, permitindo que a desinformação se propague por meio de interações cotidianas que escapam aos mecanismos tradicionais de controle e verificação.

### 2.3 Impactos da desinformação nos processos eleitorais

A incidência da desinformação nos processos eleitorais reconfigura não apenas os fluxos informacionais que circundam a disputa política, mas também as condições de possibilidade da própria decisão eleitoral, uma vez que interfere na formação das preferências, na percepção de legitimidade dos atores e na construção de agendas públicas. Gomes (2025) observa que a política contemporânea se desenvolve em um ambiente no qual a visibilidade é regulada por mecanismos que priorizam conteúdos

capazes de mobilizar atenção, o que favorece a circulação de narrativas simplificadas, polarizadas e, frequentemente, desvinculadas de critérios de verificação factual. Nesse cenário, a desinformação atua como dispositivo que reorganiza a competição eleitoral ao deslocar o debate de programas e propostas para disputas simbólicas intensificadas, nas quais a produção de versões conflitantes da realidade se torna estratégia recorrente. Castro et al. (2022), ao analisarem a relação entre comunicação política e fake news, indicam que a disseminação de conteúdos enganosos durante períodos eleitorais não ocorre de maneira aleatória, mas se articula com estratégias direcionadas que exploram vulnerabilidades cognitivas e afetivas dos eleitores, produzindo efeitos que vão desde a deslegitimação de adversários até a erosão da confiança em instituições democráticas. Ao considerar a dimensão participativa, Joanguete (2017) problematiza que a ampliação do engajamento proporcionada pelas redes digitais não se traduz necessariamente em qualificação do debate público, pois a circulação de desinformação pode reforçar posições pré-existentes e dificultar a construção de espaços deliberativos, tensionando os pressupostos normativos da democracia representativa.

A análise dos impactos da desinformação exige ainda a consideração das transformações nas estratégias de campanha, que passam a incorporar a produção e a circulação de conteúdos enganosos como parte de um repertório mais amplo de ação política. Marini (2023) demonstra que as campanhas eleitorais contemporâneas utilizam as redes sociais para segmentar mensagens e atingir públicos específicos, o que potencializa a eficácia de conteúdos desinformativos ao inseri-los em contextos comunicacionais nos quais encontram maior receptividade. Nesse sentido, Alves, Tavares e Albuquerque (2019) destacam que a datificação da comunicação política permite identificar padrões de comportamento e direcionar conteúdos de forma precisa, ampliando a capacidade de influência sobre grupos determinados, enquanto Fratini (2020) aponta que a construção de narrativas digitais orientadas por engajamento pode favorecer a disseminação de informações distorcidas, especialmente quando estas são estruturadas para provocar reações emocionais intensas. A experiência brasileira analisada por Piaia (2021) evidencia que plataformas como o WhatsApp desempenham papel central nesse processo, ao possibilitar a circulação de mensagens em redes de confiança que dificultam a contestação externa, contribuindo para a consolidação de percepções compartilhadas que nem sempre correspondem a dados verificáveis. Rossetto, Carreiro e Almada (2013), ao discutirem os limites e possibilidades do Twitter, já indicavam que a dinâmica de amplificação característica dessas plataformas pode favorecer a rápida difusão de conteúdos políticos, independentemente de sua veracidade, o que se intensifica em períodos eleitorais, quando a disputa por atenção atinge níveis elevados. Caro, Araujo e Cunha (2022) complementam essa análise ao sugerir que as redes digitais operam como ambientes de circulação complexa, nos quais a interação entre diferentes atores produz efeitos que escapam ao controle direto das campanhas, ampliando o alcance de conteúdos desinformativos de maneira não linear.

A implicação mais ampla dessas dinâmicas reside na transformação das bases de legitimidade dos processos eleitorais, uma vez que a circulação de desinformação não afeta apenas escolhas individuais, mas também a confiança coletiva nas regras e instituições que organizam a disputa



democrática. Hoffmann e Santos (2024) argumentam que as democracias contemporâneas enfrentam um cenário no qual a comunicação política se distancia de modelos centrados na racionalidade argumentativa, sendo atravessada por disputas simbólicas intensas que dificultam a construção de consensos mínimos. Nesse contexto, Esteves (2007) já apontava que a expansão da internet introduz desafios significativos para a democracia, ao fragilizar os mecanismos tradicionais de mediação e abrir espaço para a circulação de conteúdos que podem comprometer a qualidade do debate público. Lock e Baldissera (2010), ao discutirem a administração da visibilidade na web, indicam que a disputa por atenção se articula com estratégias que nem sempre se orientam por princípios de transparência, o que contribui para a disseminação de desinformação como recurso político. Saraiva (2024) acrescenta que o design das plataformas e das mensagens influencia diretamente a forma como os conteúdos são percebidos e compartilhados, potencializando a circulação de informações enganosas quando estas são estruturadas para maximizar engajamento. Camponez, ao refletir sobre as transformações sociais associadas à comunicação política, sugere que esses processos devem ser compreendidos em articulação com mudanças culturais mais amplas, nas quais a mediação tecnológica redefine as formas de produção de sentido. Gomes (2025), ao retomar a discussão sobre a política na era da comunicação de massa, aponta que a coexistência entre diferentes regimes comunicacionais produz tensões que se manifestam de maneira aguda nos períodos eleitorais, enquanto Mesquita, Ruão e Andrade (2020) destacam que as práticas comunicativas nas mídias sociais introduzem desafios que exigem a reconsideração dos fundamentos da comunicação política, na medida em que a circulação de desinformação se integra às rotinas de interação cotidiana, influenciando não apenas o resultado das eleições, mas a própria percepção social sobre a legitimidade do processo democrático.

### **3. Agências de checagem e o modelo do “Fato ou Fake”**

#### **3.1 Surgimento e consolidação das agências de fact-checking**

A emergência das agências de fact-checking deve ser situada no interior de um processo mais amplo de transformação das práticas jornalísticas diante da reconfiguração dos ecossistemas informacionais digitais, em que a aceleração da circulação de conteúdos e a fragmentação das audiências tensionam os critérios tradicionais de verificação e autoridade. Nesse cenário, a difusão de conteúdos enganosos, potencializada pelas redes sociais e por plataformas de mensageria, produz um ambiente no qual a distinção entre informação e desinformação se torna menos evidente, exigindo respostas institucionais que não apenas reiterem princípios jornalísticos, mas também os rearticulem em novas condições de produção e circulação. Seibt (2019) interpreta o fact-checking como um tipo ideal que emerge da necessidade de reafirmação do compromisso com a factualidade em um contexto de crise de credibilidade, enquanto Weiler (2019) sugere que a ascensão dessa prática está diretamente vinculada às mudanças estruturais no jornalismo, que passa a operar sob pressão de fluxos informacionais contínuos e descentralizados. A análise de Silva e Kneipp (2022) reforça essa leitura ao

indicar que o fact-checking não constitui apenas uma técnica, mas uma resposta institucional que busca reposicionar o jornalismo frente à erosão da confiança pública, ao passo que Soares (2019) observa que a linguagem adotada pelas agências de verificação revela um esforço de adaptação discursiva, no qual a clareza e a didatização se tornam estratégias para disputar atenção em ambientes saturados de informação. Nesse contexto, a constituição dessas agências não pode ser compreendida como fenômeno isolado, mas como parte de uma reconfiguração mais ampla das práticas comunicacionais, na qual a verificação se torna um campo específico de atuação, dotado de metodologias próprias e de uma identidade institucional em formação.

A consolidação das agências de fact-checking ocorre à medida que essas iniciativas se institucionalizam e passam a integrar redes de cooperação, tanto em nível nacional quanto internacional, ao mesmo tempo em que desenvolvem metodologias padronizadas de verificação que buscam conferir transparência e legitimidade ao processo. Franciscato e Gonçalves (2021) destacam que o desenvolvimento dessas agências durante a pandemia de COVID-19 evidencia a adoção de modelos de inovação aberta, nos quais a colaboração entre diferentes atores, incluindo jornalistas, pesquisadores e organizações da sociedade civil, contribui para a ampliação da capacidade de resposta frente à desinformação. Gonçalves (2021), ao analisar a atuação das agências Lupa e Chequeado, aponta que essas organizações não apenas produzem conteúdos de verificação, mas também atuam na educação midiática, buscando influenciar as práticas de consumo de informação dos usuários. Essa dimensão pedagógica é retomada por Ferreira (2024), que argumenta que o fact-checking adquire relevância na medida em que se posiciona como mediador entre a produção jornalística e o público, oferecendo ferramentas para a interpretação crítica dos conteúdos circulantes. Ao mesmo tempo, Pinto e Oliveira (2023) indicam que a consolidação dessas agências está associada à crescente demanda social por mecanismos de identificação de fake news, o que reforça sua inserção no debate público e amplia sua visibilidade. A análise de Viana (2021) sobre plataformas como Lupa e Polígrafo evidencia que a institucionalização do fact-checking envolve a construção de rotinas produtivas específicas, nas quais a seleção de conteúdos, a verificação e a classificação das informações seguem critérios definidos, contribuindo para a padronização da prática e para sua legitimação como segmento do jornalismo digital.

A expansão do fact-checking em contextos eleitorais e de crise sanitária evidencia, contudo, tensões que atravessam sua atuação, particularmente no que se refere à sua capacidade de intervenção em ambientes marcados por dinâmicas de circulação acelerada e por estruturas de disseminação descentralizadas. Lauriano (2020), ao examinar as estratégias da agência Lupa nas eleições brasileiras de 2018, identifica que a atuação das agências de verificação se insere em um campo de disputa simbólica no qual a correção factual nem sempre se traduz em alteração das percepções dos indivíduos, especialmente quando estas estão ancoradas em identidades políticas consolidadas. Teixeira e Martins (2020) reforçam essa perspectiva ao analisar o papel das agências durante a pandemia, indicando que a velocidade de produção de conteúdos desinformativos frequentemente supera a capacidade de resposta

das iniciativas de checagem, o que limita seu alcance. Faria (2022), ao investigar o contexto das eleições norte-americanas de 2020, sugere que, embora o fact-checking contribua para a qualificação do debate público, sua eficácia depende de fatores como a confiança do público nas instituições e a disposição dos indivíduos em revisar suas crenças. Nesse sentido, a consolidação das agências de fact-checking não elimina as contradições inerentes ao ambiente digital, mas as reinscreve em novas formas de mediação, nas quais a verificação factual se torna um elemento entre outros na disputa pela construção da realidade social, evidenciando que o enfrentamento da desinformação não pode ser reduzido à produção de conteúdos corretivos, mas envolve a compreensão das condições estruturais que permitem sua circulação e sua adesão por parte dos públicos.

### 3.2 Metodologias, critérios e práticas de verificação de fatos

A constituição das metodologias de verificação de fatos nas agências de fact-checking deve ser compreendida como resultado de um processo de formalização de práticas jornalísticas que, diante da intensificação da circulação de desinformação, passam a exigir protocolos mais explícitos, rastreáveis e replicáveis, deslocando a verificação de um momento interno da produção noticiosa para uma atividade central e visível. Seibt (2019) interpreta essa transformação ao propor o fact-checking como um tipo ideal que sistematiza etapas de apuração, análise e classificação, estabelecendo critérios que buscam conferir objetividade ao julgamento sobre a veracidade de enunciados públicos, ainda que essa objetividade seja constantemente tensionada pelas condições concretas de produção e circulação da informação. Nesse sentido, Ferreira (2024) observa que as metodologias adotadas pelas agências não se limitam à checagem factual estrita, mas incorporam procedimentos de contextualização, rastreamento de fontes e avaliação de evidências, compondo um conjunto de práticas que visam não apenas verificar, mas também tornar inteligível o processo de verificação para o público. A análise de Soares (2019) acrescenta que a linguagem empregada nos textos de checagem constitui elemento constitutivo dessas metodologias, na medida em que a clareza expositiva e a organização argumentativa funcionam como dispositivos de legitimação, permitindo que o leitor acompanhe o percurso analítico que sustenta a classificação final. Essa dimensão discursiva revela que a metodologia não se esgota em procedimentos técnicos, mas envolve escolhas comunicacionais que influenciam a recepção e a credibilidade das verificações, indicando que a prática de fact-checking se situa na intersecção entre técnica jornalística e construção narrativa.

A definição de critérios para a verificação de fatos implica a construção de parâmetros que orientam tanto a seleção dos conteúdos a serem checados quanto a avaliação de sua veracidade, estabelecendo um campo normativo que busca equilibrar rigor metodológico e viabilidade operacional em ambientes de alta velocidade informacional. Pinto e Oliveira (2023) destacam que esses critérios incluem a relevância pública do conteúdo, o potencial de circulação e o impacto social das informações, o que evidencia que a escolha do objeto de verificação não é neutra, mas atravessada por decisões

editoriais que refletem prioridades institucionais. Gonçalves (2021), ao analisar a atuação das agências Lupa e Chequeado, indica que a definição de critérios também envolve a padronização de categorias de classificação, como verdadeiro, falso, impreciso ou enganoso, que funcionam como instrumentos de síntese do processo analítico, ainda que simplifiquem a complexidade das informações avaliadas. Essa padronização é tensionada por Weiler (2019), que sugere que a tentativa de enquadrar enunciados em categorias fixas pode ocultar ambiguidades e nuances, especialmente em contextos nos quais a desinformação se apresenta de forma fragmentada ou parcialmente verdadeira. A contribuição de Silva e Kneipp (2022) reforça essa problemática ao indicar que o fact-checking, ao buscar reafirmar o compromisso com os fatos, enfrenta o desafio de lidar com discursos que operam na zona de indeterminação entre informação e opinião, exigindo critérios que vão além da verificação factual estrita. Nesse contexto, Franciscato e Gonçalves (2021) apontam que a adoção de modelos de inovação aberta permite a incorporação de múltiplas perspectivas e fontes de conhecimento no processo de verificação, ampliando a capacidade de análise, mas também introduzindo novas complexidades na definição de critérios compartilhados.

As práticas concretas de verificação de fatos evidenciam a articulação entre metodologia e contexto, uma vez que a aplicação dos protocolos de checagem se dá em ambientes marcados por dinâmicas específicas de circulação e por pressões temporais que condicionam o trabalho das agências. Teixeira e Martins (2020), ao examinar o fact-checking durante a pandemia de COVID-19, indicam que a necessidade de respostas rápidas frente à disseminação de conteúdos enganosos impõe adaptações nas rotinas produtivas, levando à priorização de determinados tipos de verificação e à utilização de ferramentas digitais para rastreamento de informações. Lauriano (2020), ao analisar as estratégias da agência Lupa nas eleições de 2018, demonstra que as práticas de checagem se articulam com o calendário político, intensificando-se em momentos de maior circulação de discursos públicos e exigindo a seleção criteriosa de declarações a serem verificadas. Viana (2021) observa que as plataformas digitais de fact-checking desenvolvem rotinas específicas que incluem monitoramento contínuo de redes sociais, identificação de conteúdos virais e verificação cruzada com bases de dados e fontes oficiais, compondo um conjunto de práticas que visam responder à dinâmica acelerada do ambiente digital. Faria (2022) acrescenta que, em contextos eleitorais, as práticas de verificação assumem também uma dimensão estratégica, na medida em que buscam influenciar a percepção pública sobre candidatos e temas em disputa, ainda que sua eficácia dependa de fatores externos, como a confiança do público nas instituições de checagem. Esse conjunto de práticas revela que a verificação de fatos não pode ser compreendida como procedimento neutro ou puramente técnico, mas como atividade situada, atravessada por escolhas metodológicas, critérios normativos e condições contextuais que, em sua articulação, configuram os modos pelos quais a factualidade é produzida, interpretada e disputada no espaço público contemporâneo.

### 3.3 Estrutura, funcionamento e estratégias do “Fato ou Fake”



A compreensão da estrutura e do funcionamento do “Fato ou Fake” exige situá-lo no interior das transformações do jornalismo digital e das respostas institucionais à circulação intensificada de desinformação, o que implica reconhecer que sua organização não se limita a uma redação tradicional, mas se articula como um arranjo híbrido que integra práticas jornalísticas, tecnologias de monitoramento e estratégias de comunicação orientadas para ambientes de alta velocidade informacional. Viana (2021) observa que plataformas de fact-checking estruturadas no ambiente digital desenvolvem rotinas que combinam curadoria de conteúdos virais, verificação sistemática e publicação em formatos adaptados às lógicas de circulação das redes, o que sugere que o “Fato ou Fake” opera sob um modelo semelhante, no qual a identificação de conteúdos a serem checados depende de mecanismos contínuos de observação do fluxo informacional. Essa dinâmica é atravessada por critérios editoriais que orientam a seleção de temas, conforme indicado por Pinto e Oliveira (2023), para quem a relevância social e o potencial de disseminação constituem parâmetros centrais na definição das prioridades de verificação, evidenciando que a estrutura do projeto não é neutra, mas responde a demandas específicas do ambiente comunicacional. Ao mesmo tempo, Ferreira (2024) destaca que a organização interna das iniciativas de fact-checking envolve a divisão de tarefas entre apuração, análise e redação, o que permite a construção de processos relativamente padronizados, ainda que constantemente tensionados pela necessidade de rapidez. Nesse sentido, Seibt (2019) propõe que o fact-checking, ao se constituir como prática especializada, desenvolve uma estrutura própria que busca garantir transparência e rastreabilidade, elementos que se tornam centrais para a legitimação do “Fato ou Fake” como fonte de informação confiável em um cenário de desconfiança generalizada.

O funcionamento do “Fato ou Fake” está diretamente relacionado à articulação entre metodologias de verificação e estratégias de circulação, uma vez que a eficácia da checagem depende não apenas da precisão da análise, mas também de sua inserção nos fluxos informacionais em que a desinformação se propaga. Gonçalves (2021), ao examinar a atuação de agências de fact-checking, indica que o processo de verificação envolve etapas que vão desde a identificação de conteúdos suspeitos até a consulta a fontes especializadas e bases de dados, compondo um percurso analítico que busca conferir rigor às conclusões apresentadas. No entanto, como observa Soares (2019), a forma como esse percurso é comunicado ao público desempenha papel decisivo na recepção das verificações, uma vez que a clareza expositiva e a organização textual funcionam como mediadores entre o processo técnico e a compreensão do leitor. Essa dimensão comunicacional é aprofundada por Silva e Kneipp (2022), que argumentam que o fact-checking, ao reafirmar o compromisso com os fatos, precisa simultaneamente disputar atenção em ambientes saturados de informação, o que leva à adoção de formatos sintéticos e de classificações visuais que facilitem a assimilação do conteúdo. Franciscato e Gonçalves (2021) acrescentam que a incorporação de práticas colaborativas e de inovação aberta permite ampliar a capacidade de resposta das agências, sugerindo que o funcionamento do “Fato ou Fake” pode envolver parcerias com outras organizações e o uso de tecnologias que auxiliem na verificação. Essa articulação entre rigor metodológico e adaptação às dinâmicas digitais revela que o

funcionamento do projeto não pode ser compreendido apenas como aplicação de técnicas jornalísticas, mas como processo que integra múltiplas dimensões, incluindo aspectos tecnológicos, organizacionais e comunicacionais.

As estratégias adotadas pelo “Fato ou Fake” refletem a necessidade de atuar em um ambiente no qual a desinformação se dissemina de forma rápida e descentralizada, o que exige a combinação de práticas de verificação com mecanismos de amplificação das checagens produzidas. Lauriano (2020) demonstra que, em contextos eleitorais, as agências de fact-checking desenvolvem estratégias específicas para acompanhar o ritmo das campanhas, selecionando declarações de grande visibilidade e buscando intervir no debate público por meio de verificações oportunas, enquanto Teixeira e Martins (2020) indicam que, em situações de crise como a pandemia, a produção de checagens se intensifica e se diversifica, abrangendo diferentes temas e formatos. Faria (2022) sugere que a eficácia dessas estratégias depende da capacidade de alcançar públicos amplos e de estabelecer relações de confiança, o que implica a utilização de múltiplos canais de distribuição e a adaptação das mensagens às características de cada plataforma. Weiler (2019), ao refletir sobre as mudanças no jornalismo diante das fake news, aponta que a atuação das agências de verificação se insere em um campo de disputa simbólica no qual a autoridade jornalística é constantemente questionada, exigindo estratégias que vão além da simples correção factual. Nesse contexto, o “Fato ou Fake” pode ser entendido como iniciativa que articula verificação, comunicação e posicionamento institucional, operando em um espaço no qual a produção de sentido é continuamente negociada, de modo que suas estratégias não apenas respondem à circulação de desinformação, mas também participam da redefinição das formas de mediação entre informação, público e política.

#### **4. Eficácia das agências de checagem no combate à desinformação**

A eficácia das agências de checagem no combate à desinformação deve ser compreendida menos como uma capacidade instrumental de corrigir conteúdos falsos isolados e mais como uma intervenção situada em ecossistemas comunicacionais atravessados por datificação, plataformização, segmentação algorítmica, crise de autoridade epistêmica e reconfiguração das formas de disputa política no ambiente digital. A desinformação, nesse quadro, não se reduz à circulação de enunciados factualmente incorretos, pois se organiza como prática sociotécnica de produção de crenças, afetos, identidades e antagonismos, explorando a velocidade das redes, a opacidade dos sistemas de recomendação, a personalização de mensagens e a fragilização dos mediadores tradicionais da esfera pública. A passagem da comunicação política de massa para a comunicação política em rede desloca o problema da verdade pública para uma arena na qual visibilidade, engajamento e circulação passam a operar como critérios de força simbólica, e não apenas como consequências da relevância informativa, o que permite compreender, com Gomes (2025), que as transformações da política na era digital reorganizam os modos de formação da opinião, de mobilização eleitoral e de disputa por legitimidade, ao passo que,

em outra chave histórica, Gomes (2025) já indicava que a comunicação de massa havia remodelado a experiência política ao submeter a representação pública às lógicas da mediação comunicacional. Esse deslocamento se intensifica quando a comunicação política deixa de depender exclusivamente de partidos, imprensa e instituições formais, abrindo espaço para redes distribuídas, militâncias digitais, influenciadores, disparos coordenados e comunidades interpretativas que produzem seus próprios regimes de credibilidade, como sugerem Esteves (2007), ao tratar dos desafios da internet à democracia, e Joanguete (2017), ao discutir a cibercidadania nas democracias emergentes, nas quais a promessa participativa do digital convive com assimetrias de acesso, baixa literacia midiática e vulnerabilidade institucional. Nesse ambiente, as agências de fact-checking surgem como resposta jornalística e informacional à corrosão da confiança pública, mas sua eficácia depende da relação tensa entre correção factual, circulação social da checagem e reconhecimento público da autoridade verificadora, pois a simples publicação de uma verificação não garante sua penetração nos mesmos circuitos nos quais a desinformação se dissemina. Estudos sobre redes e comunicação política permitem perceber que o problema não está apenas no conteúdo falso, mas nos fluxos que o fazem circular, nos atores que o impulsionam e nos desenhos técnicos que favorecem determinadas formas de engajamento; por isso, Alves, Tavares e Albuquerque (2019) contribuem ao enfatizar a datificação e o mapeamento de fluxos no Facebook, enquanto Rossetto, Carreiro e Almada (2013) já apontavam limites e possibilidades do Twitter como arena de comunicação política, indicando que a arquitetura das plataformas condiciona tanto a exposição pública quanto a disputa interpretativa. Nessa direção, Lock e Baldissera (2010) auxiliam a compreender a administração estratégica da visibilidade na web 2.0, aspecto que se relaciona ao modo como campanhas, agentes políticos e grupos organizados buscam controlar a percepção pública por meio de recursos comunicacionais permanentes, enquanto Matos, Dourado e Mesquita (2017), ao analisarem estratégias de Dilma Rousseff no Twitter durante o impeachment, demonstram que a comunicação política digital se estrutura por disputas narrativas condensadas em temporalidades aceleradas. A eficácia das agências de checagem, portanto, encontra seu primeiro limite na assimetria entre o tempo lento da verificação e o tempo veloz da viralização, pois a checagem exige rastreamento de fontes, contextualização, classificação, transparência metodológica e linguagem pública, enquanto a desinformação frequentemente opera por simplificação afetiva, repetição, suspeição e reconhecimento tribal, como também se depreende das análises de Marini (2023), Fratini (2020), Piaia (2021) e Castro, Souza, Ferreira e Mello (2022) acerca da centralidade das redes sociais, das campanhas digitais, do WhatsApp e das fake news na comunicação política contemporânea.

A atuação das agências de checagem, quando observada em sua dimensão jornalística, desloca a discussão para o estatuto profissional da verificação, para as formas de classificação da verdade factual e para a capacidade de reconstruir, diante do público, procedimentos de prova que haviam sido obscurecidos pela circulação fragmentária de mensagens digitais. A prática do fact-checking não consiste apenas em dizer se uma afirmação é verdadeira ou falsa, mas em produzir uma pedagogia pública da verificação, na qual fontes, documentos, bases de dados, declarações oficiais, registros

audiovisuais e evidências contextuais são articulados para restituir inteligibilidade ao enunciado analisado. Seibt (2019), ao tratar o jornalismo de verificação como tipo ideal, permite interpretar essa prática como uma modalidade que reordena o ethos jornalístico em torno da rastreabilidade do dado e da explicitação do método, enquanto Soares (2019), ao examinar a linguagem dos textos da agência Aos Fatos, contribui para perceber que a eficácia comunicacional da checagem depende também de escolhas discursivas capazes de traduzir procedimentos complexos sem dissolver o rigor analítico. Ferreira (2024) amplia essa leitura ao situar a checagem na era da desinformação como prática de recomposição da confiança informacional, mas essa recomposição permanece atravessada por disputas de legitimidade, uma vez que públicos já capturados por ecossistemas conspiratórios tendem a interpretar a checagem como manifestação de parcialidade institucional, censura ou alinhamento político. Essa tensão aparece com nitidez nas investigações sobre pandemia e eleições, pois Gonçalves (2021), ao analisar Lupa e Chequeado no enfrentamento da desinformação no Brasil e na Argentina, indica que as agências atuaram em um campo de elevada pressão social, sanitária e política, no qual a checagem precisava responder simultaneamente a boatos, declarações governamentais, disputas científicas e redes de circulação transnacional. Franciscato e Gonçalves (2021), ao discutirem inovação aberta no desenvolvimento das agências durante a pandemia, permitem compreender que a eficácia não decorre apenas da rotina editorial, mas de arranjos colaborativos, uso de bases compartilhadas, parcerias institucionais e adaptação tecnológica, enquanto Teixeira e Martins (2020) mostram que, no contexto da COVID-19, as agências digitais de checagem enfrentaram uma desinformação marcada por medo, incerteza científica, manipulação de dados epidemiológicos e circulação de curas falsas. Nesse ponto, a eficácia das agências não pode ser mensurada somente pela quantidade de conteúdos verificados, pois o volume de checagens pode coexistir com baixo alcance junto aos grupos mais expostos à desinformação, com reduzida capacidade de alterar crenças cristalizadas e com dependência das próprias plataformas que lucram com o engajamento produzido por conteúdos polêmicos. Pinto e Oliveira (2023), ao relacionarem desinformação, agências de fact-checking e identificação de fake news, ajudam a situar a checagem dentro de um campo mais amplo de competências informacionais, em que identificação, classificação e interpretação das mensagens dependem tanto de dispositivos jornalísticos quanto de repertórios sociais de leitura crítica. Viana (2021), ao comparar Lupa e Polígrafo, permite observar que as plataformas de fact-checking se diferenciam por metodologia, escopo e linguagem, o que afasta qualquer visão homogênea dessas iniciativas, enquanto Silva e Kneipp (2022) associam a ascensão da checagem à tentativa de reafirmação do compromisso jornalístico com os fatos em um momento em que a noção pública de fato é politicamente contestada. A eficácia, assim, deve ser pensada como efeito relacional entre produção da checagem, circulação em redes, reconhecimento institucional, capacidade de interoperar com plataformas, adesão de públicos e inserção em políticas de alfabetização midiática, pois, sem essas mediações, a agência pode produzir verificações tecnicamente consistentes e, ainda assim, permanecer periférica diante de fluxos desinformacionais que se movem por grupos fechados, aplicativos de mensagem, influenciadores hiperpartidarizados e circuitos de



confiança interpessoal, como se observa nos estudos de Lauriano (2020), sobre a agência Lupa nas eleições brasileiras de 2018, e Faria (2022), sobre os serviços de fact-checking nas eleições presidenciais norte-americanas de 2020.

A eficácia das agências de checagem, em sua dimensão política e democrática, encontra-se condicionada pela própria transformação da esfera pública em um sistema comunicacional híbrido, no qual jornalismo, plataformas, campanhas, atores institucionais, coletivos militantes, usuários comuns e máquinas de distribuição algorítmica participam de processos contínuos de construção da realidade social. Essa formulação impede que o fact-checking seja tratado como solução autossuficiente, pois a desinformação não opera apenas por déficit de informação, mas por economia moral da crença, pertencimento grupal, ressentimento político, desconfiança institucional e estratégias deliberadas de captura da atenção. Piaia (2021), ao analisar o WhatsApp nas eleições presidenciais de 2018, oferece um ponto de inflexão para essa discussão, pois o aplicativo desloca a verificação para circuitos semipúblicos ou privados, nos quais a mensagem circula como recomendação de pessoa conhecida, reduzindo a eficácia de intervenções públicas posteriores; por sua vez, Caro, Araujo e Cunha (2022), ao discutirem comunicação digital, redes e processos de mudança, contribuem para compreender que os ambientes digitais reconfiguram tanto os modos de emissão quanto os regimes de recepção, produzindo comunidades comunicacionais menos dependentes da validação jornalística tradicional. Camponez (2019), ao situar a comunicação política no interior de transformações sociais mais amplas, permite articular a checagem à crise das instituições mediadoras, enquanto Hoffmann e Santos (2024), ao tratarem das transformações da comunicação política nas democracias contemporâneas, inserem a pós-verdade em um cenário no qual a verdade pública se torna objeto de disputa estratégica, não apenas de esclarecimento racional. Desse modo, a eficácia das agências deve ser avaliada por critérios múltiplos: capacidade de reduzir danos imediatos, de produzir memória verificável sobre declarações públicas, de constranger atores políticos pela exposição documental de falsidades, de fornecer insumos para jornalistas, educadores e instituições, de colaborar com plataformas na contenção de conteúdos enganosos e de ampliar repertórios sociais de verificação. Ainda assim, cada uma dessas dimensões encontra limites: a redução de danos pode ocorrer tarde demais; a memória verificável pode ser ignorada por públicos polarizados; o constrangimento político pode ser neutralizado por lideranças que convertem a checagem em prova de perseguição; a colaboração com plataformas pode subordinar a agenda pública a empresas privadas; e a alfabetização midiática exige temporalidades formativas incompatíveis com ciclos eleitorais acelerados. Saraiva (2024), ao refletir sobre comunicação política contra-hegemônica a partir do design, permite tensionar ainda outro aspecto, pois a disputa informacional envolve não apenas conteúdo, mas forma, experiência visual, legibilidade e circulação, o que obriga as agências a pensar a checagem não apenas como texto, mas como artefato comunicacional disputando atenção em ambientes saturados. Mesquita, Ruão e Andrade (2020), ao analisarem novas práticas nas mídias sociais, também contribuem para perceber que organizações comunicacionais precisam adaptar linguagens, rotinas e formas de interação sem abdicar de critérios de

validação, problema que se impõe às agências quando elas buscam ampliar alcance sem se converterem em meros perfis de engajamento. A checagem, portanto, possui eficácia situada, parcial e dependente de ecologias institucionais mais amplas: ela corrige, documenta, classifica, contextualiza e disputa a autoridade do fato, mas não elimina sozinha as condições estruturais que tornam a desinformação socialmente funcional. A crítica não deve conduzir à desqualificação do fact-checking, mas à recusa de uma expectativa tecnicista que o transforma em antídoto automático contra crises democráticas produzidas por desigualdade informacional, polarização, opacidade algorítmica e fragilidade institucional. Quando articuladas a políticas de transparência das plataformas, educação midiática, responsabilização de redes coordenadas, fortalecimento do jornalismo profissional e ampliação da cultura pública de verificação, as agências de checagem podem atuar como infraestrutura epistêmica da democracia; quando isoladas, tendem a operar como instâncias reativas, capazes de disputar enunciados específicos, mas insuficientes para reordenar, por si mesmas, os regimes sociais de confiança nos quais a desinformação encontra suas condições de persistência.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao retomar o problema central que orientou a investigação, a análise permite compreender que a eficácia das agências de checagem no combate à desinformação não pode ser pensada como uma propriedade autônoma, mensurável apenas pela correção de conteúdos falsos, pela publicação de verificações ou pela classificação pública de enunciados como verdadeiros, falsos, imprecisos ou enganosos, pois a desinformação examinada ao longo do estudo se mostrou vinculada a uma ordem comunicacional mais ampla, composta por plataformas digitais, redes sociais, aplicativos de mensageria, fluxos algorítmicos, estratégias eleitorais, disputas de visibilidade, comunidades interpretativas e formas contemporâneas de erosão da confiança pública. A pergunta de pesquisa, voltada a compreender em que medida as agências de checagem são eficazes no enfrentamento da desinformação em ambientes digitais e períodos de intensificação político-eleitoral, encontra resposta justamente nessa tensão: elas são eficazes quando atuam como instâncias de reconstrução metodológica da factualidade, como dispositivos de responsabilização discursiva, como produtoras de memória verificável e como mediadoras jornalísticas capazes de tornar público o percurso de apuração que sustenta uma determinada conclusão, mas sua eficácia se torna limitada quando confrontada com ecossistemas informacionais que operam por velocidade, repetição, pertencimento afetivo, polarização identitária, fechamento grupal e circulação privada de mensagens. Desse modo, o estudo alcançou seu objetivo geral ao analisar a atuação das agências de checagem não como solução totalizante para a crise informacional contemporânea, mas como prática situada no interior das transformações da comunicação política digital, demonstrando que o combate à desinformação exige uma leitura estrutural das condições que fazem determinados conteúdos adquirirem força social, mesmo quando sua inconsistência factual pode ser demonstrada. A pesquisa também rearticulou seus objetivos específicos ao examinar, em primeiro lugar, as transformações da comunicação política nas redes, indicando que a

esfera pública digital não funciona como simples expansão democrática da palavra pública, mas como ambiente de disputa assimétrica por atenção; em segundo lugar, ao discutir as dinâmicas de circulação da desinformação, demonstrando que conteúdos enganosos se sustentam menos por sua coerência informativa do que por sua aderência a crenças prévias e circuitos de confiança; em terceiro lugar, ao observar a consolidação das agências de fact-checking e o modelo do “Fato ou Fake”, situando-os como respostas jornalísticas institucionalizadas diante da perda de centralidade dos filtros tradicionais; e, por fim, ao avaliar a eficácia dessas iniciativas, concluindo que a checagem produz efeitos concretos, porém dependentes de mediações sociais, tecnológicas, políticas e institucionais que extrapolam a atividade editorial estrita.

A principal contribuição analítica do percurso desenvolvido reside na superação de uma concepção estreita de eficácia, frequentemente associada à ideia de que bastaria demonstrar a falsidade de uma informação para neutralizar seus efeitos públicos, quando, na realidade, a desinformação atua em zonas mais densas da vida social, nas quais a crença, a identidade política, a desconfiança institucional e a circulação em redes de proximidade se entrelaçam de modo mais resistente à intervenção racional-corretiva. As agências de checagem, nesse cenário, cumprem uma função que não se limita à refutação pontual, pois organizam procedimentos de prova, tornam rastreáveis os caminhos da apuração, qualificam a compreensão pública sobre enunciados controversos, oferecem insumos para jornalistas, pesquisadores, educadores e instituições democráticas, além de produzirem registros documentais que podem ser retomados em disputas posteriores sobre memória pública, responsabilização política e integridade informacional. Todavia, a pesquisa permitiu observar que tais efeitos não se distribuem de maneira homogênea entre diferentes públicos, plataformas e contextos, uma vez que a mesma checagem que alcança leitores já predispostos à validação jornalística pode fracassar diante de grupos imersos em ambientes de suspeição sistemática contra a imprensa, as instituições científicas, os órgãos eleitorais ou as próprias organizações de verificação. Daí decorre um dos achados centrais do estudo: a eficácia das agências de checagem é relacional, contingente e ecossistêmica, pois depende da circulação da verificação, da confiança social nos agentes verificadores, da arquitetura das plataformas, do grau de abertura dos públicos à revisão de crenças, da capacidade de adaptação linguística aos formatos digitais e da existência de políticas mais amplas de educação midiática e responsabilização de redes coordenadas. A análise do “Fato ou Fake”, nesse sentido, permitiu compreender que iniciativas desse tipo adquirem maior densidade quando articulam metodologia jornalística, clareza comunicacional, seleção criteriosa de conteúdos, rapidez de resposta e presença em múltiplos canais, mas também revelou que nenhum desses elementos elimina o descompasso entre o tempo da viralização e o tempo da verificação. A checagem exige apuração, comparação de fontes, contextualização e explicitação metodológica, enquanto a desinformação frequentemente se dissemina por enunciados compactos, visualmente impactantes, emocionalmente acionáveis e facilmente compartilháveis, o que coloca as agências diante de uma assimetria estrutural que não pode ser resolvida apenas com maior produtividade editorial.

A resposta analítica à pergunta de pesquisa, portanto, exige reconhecer que as agências de checagem são eficazes em determinadas dimensões e insuficientes em outras, não por fragilidade intrínseca de sua metodologia, mas porque enfrentam um fenômeno cuja constituição ultrapassa o campo jornalístico e se enraíza nas formas contemporâneas de organização da comunicação política, da sociabilidade digital e da disputa democrática. Elas são eficazes ao reafirmar critérios públicos de validação factual, ao impedir que determinados enunciados circulem sem contestação, ao fornecer repertórios de leitura crítica, ao estabelecer parâmetros de transparência e ao documentar a presença da falsidade, da distorção e da manipulação no debate público; entretanto, não conseguem, isoladamente, desmontar estruturas de engajamento que premiam o conflito, a indignação, a simplificação e a confirmação identitária. Essa distinção é decisiva para evitar tanto a desqualificação apressada do fact-checking quanto sua idealização tecnicista, pois a checagem não deve ser compreendida como antídoto pleno contra a desinformação, mas como uma das infraestruturas possíveis de recomposição da factualidade pública em sociedades atravessadas pela plataformização da política. Do ponto de vista teórico, o estudo contribui ao deslocar a discussão da desinformação do plano meramente conteudístico para o plano estrutural dos regimes de circulação, demonstrando que o falso não se torna socialmente influente apenas porque é produzido, mas porque encontra condições técnicas, afetivas, políticas e culturais para ser compartilhado, legitimado e convertido em orientação interpretativa. Do ponto de vista prático, a pesquisa oferece elementos para pensar políticas de enfrentamento que não se restrinjam à multiplicação de checagens, mas integrem transparência algorítmica, cooperação entre plataformas e instituições públicas, fortalecimento do jornalismo profissional, educação midiática permanente, ampliação do acesso a informações verificáveis e criação de mecanismos de resposta capazes de alcançar os mesmos ambientes em que a desinformação se instala. A eficácia, nesse enquadramento, deixa de ser entendida como eliminação do problema e passa a ser concebida como capacidade de reduzir danos, disputar interpretações, preservar evidências, criar registros verificáveis e impedir que a desinformação se naturalize como forma ordinária de comunicação política. Essa formulação também permite compreender que o enfrentamento da desinformação não se esgota em medidas reativas, pois a correção posterior de falsidades, embora necessária, tende a ser insuficiente quando não acompanhada de estratégias preventivas voltadas à formação crítica dos públicos, à responsabilização de estruturas de disseminação e à revisão dos incentivos econômicos e técnicos que tornam conteúdos enganosos altamente circuláveis.

As limitações do estudo, longe de diminuir sua contribuição, indicam com precisão os contornos de um objeto que permanece em transformação acelerada e que exige investigação contínua, sobretudo porque as agências de checagem operam em um ambiente no qual plataformas alteram regras de funcionamento, formatos de circulação se modificam, novas tecnologias de geração sintética de conteúdo ampliam a sofisticação da manipulação informacional e públicos distintos respondem de modo desigual às intervenções verificadoras. A pesquisa concentrou-se em uma abordagem bibliográfica e analítica, o que permitiu articular teoricamente comunicação política digital,

desinformação, fact-checking, jornalismo de verificação e eficácia institucional, mas não mensurou empiricamente, por meio de dados de alcance, recepção, engajamento ou mudança de crenças, os efeitos concretos das checagens sobre públicos específicos, circunstância que abre espaço para investigações futuras capazes de combinar análise de conteúdo, entrevistas com profissionais de agências, estudos de recepção, rastreamento de circulação em redes sociais e comparação entre plataformas abertas e aplicativos de mensageria privada. Também se reconhece que a análise de iniciativas como o “Fato ou Fake” demanda aprofundamento empírico sobre rotinas internas, critérios editoriais, parcerias, tecnologias de monitoramento, formas de distribuição e indicadores de impacto, uma vez que a compreensão plena da eficácia requer observar não apenas o produto final da checagem, mas as condições organizacionais e técnicas que estruturam sua produção. Pesquisas futuras poderão investigar como diferentes públicos interpretam selos de verificação, quais formatos comunicacionais ampliam a circulação de conteúdos checados, que tipos de desinformação são mais resistentes à correção, de que maneira emoções políticas condicionam a recepção da checagem e como a inteligência artificial generativa altera o volume, a velocidade e a plausibilidade dos conteúdos enganosos. Também se mostra fecunda a ampliação de estudos comparativos entre países, entre eleições e entre modelos institucionais de verificação, pois a eficácia das agências depende de variáveis culturais, regulatórias, tecnológicas e políticas que não se repetem de modo uniforme em todos os contextos. O argumento final que emerge do estudo, portanto, não é o de que as agências de checagem fracassam por não eliminarem a desinformação, mas o de que sua eficácia precisa ser situada em uma arquitetura mais ampla de defesa da esfera pública, na qual a verificação factual opera como prática de contenção, esclarecimento e responsabilização, sem substituir reformas estruturais nas plataformas, políticas de formação crítica, fortalecimento institucional e reconstrução dos vínculos sociais de confiança. Assim, a conclusão que se integra ao próprio movimento da análise é que o fact-checking constitui uma resposta necessária, mas não autossuficiente, à crise informacional contemporânea: quando articulado a outras instâncias de regulação democrática e educação pública, pode contribuir para recompor condições mínimas de inteligibilidade factual; quando isolado, permanece como gesto corretivo tardio diante de uma desinformação que não se alimenta apenas da falsidade, mas da própria reorganização técnica, política e afetiva da comunicação social.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Marcelo; TAVARES, Camila; ALBUQUERQUE, Afonso de. Datificação e redes na comunicação política: mapeamento de redes e fluxos no Facebook. **Esferas**, n. 14, p. 37-53, 2019

CAMPONEZ, Carlos. Comunicação e Transformações Sociais (vol. 2) Comunicação Política, Comunicação Organizacional e Institucional, Cultura Visual. 2019

CARO, Eduardo Barros; ARAUJO, Lucas Alves; CUNHA, Marcos Ribeiro. Comunicação digital, redes e processos de mudanças. Digitaliza Conteúdo, 2022

CASTRO, Rafael; SOUZA, Amanda; FERREIRA, Marcelo; MELLO, João. Comunicação política, fake news e redes sociais: uma revisão sistemática da literatura. **Postdata**, v. 27, n. 1, p. 48-63, 2022

ESTEVES, João Pissarra. Internet e Comunicação Política: um novo desafio à democracia. **Intexto**, n. 17, 2007

ESTEVES, João Pissarra. Internet e Democracia: Estado e Sociedade Civil perante os novos desafios da comunicação política. **Media & Jornalismo**, n. 10, p. 33-42, 2007

FARIA, Nuno Pedro. O Papel dos Serviços de Fact-Checking nas Eleições Presidenciais Norte-Americanas de 2020. 2022

FERREIRA, Maria Cristina Lima. Fact-checking: um panorama sobre a importância da checagem na era da desinformação. 2024

FRANCISCATO, Carlos; GONÇALVES, Aline Lima Faria. A inovação aberta no desenvolvimento das agências de fact-checking durante a pandemia. **Comunicação & Inovação**, v. 22, n. 50, 2021

FRATINI, João. Campanhas Políticas nas Redes Sociais: como fazer comunicação digital com eficiência. Digitaliza Conteúdo, 2020

GOMES, Wilson. Transformações da política na era da comunicação de massa. EDUFBA, 2025

GOMES, Wilson. Transformações da Política na Era Digital. Paulus Editora, 2025

GONÇALVES, Aline Lima Faria. Estratégias de enfrentamento da desinformação na pandemia no Brasil e na Argentina: a atuação das agências de Fact-Checking Lupa e Chequeado. 2021

HOFFMANN, Fernando; SANTOS, Eduardo Rodrigues. Transformações da comunicação política nas democracias contemporâneas. **Democracia e Pós-Verdade: desafios da comunicação aos regimes**, p. 9, 2024

JOANGUETE, Celestino. Comunicação política e cibercidadania: um desafio para as democracias emergentes. Comunicação e política: Tempos, contextos e desafios, p. 195-208, 2017

LAURIANO, João Victor Marques Barbosa Ivo. Desinformação e jornalismo: as estratégias de verificação da agência Lupa durante as eleições presidenciais brasileiras de 2018. 2020

LOCK, Matheus; BALDISSERA, Rudimar. Comunicação política on-line: estratégias de administração da visibilidade no ambiente da web 2.0. Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas, v. 4, 2010

MARINI, Felipe. A comunicação política através das campanhas eleitorais a partir das redes sociais. **Caderno da Escola Superior de Gestão Pública, Política, Jurídica e Segurança**, v. 6, n. 2, p. 26-37, 2023

MATOS, Eduardo; DOURADO, Tatiana; MESQUITA, Pedro. @ dilmabr no impeachment: uma análise das estratégias de comunicação política de Dilma Rousseff no Twitter. **Comunicação & Sociedade**, v. 39, n. 3, 2017

MESQUITA, Kátia; RUÃO, Teresa; ANDRADE, Joana. Transformações da comunicação organizacional: novas práticas e desafios nas mídias sociais. Dinâmicas comunicativas e transformações sociais. Atas das VII Jornadas Doutorais em Comunicação & Estudos Culturais, p. 281-303, 2020

PIAIA, Vanessa Rangel. Comunicação política e construção da realidade: o WhatsApp nas eleições presidenciais de 2018. 2021

PINTO, Bruno Barbosa Borges; OLIVEIRA, Henrique Pereira Cunha de. Desinformação, agências de fact-checking e identificação de fake news. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, v. 16, 2023

ROSSETTO, Graça Penna Nascimento; CARREIRO, Rodrigo; ALMADA, Maria Paula. Twitter e comunicação política: limites e possibilidades. **Compólitica**, v. 3, n. 2, p. 189-216, 2013

SARAIVA, Victor Gomes. Impactos da transição ao digital na comunicação política contra-hegemônica: reflexões a partir do design. TCC (Graduação em Comunicação Visual Design) Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2024

SEIBT, Taís. Jornalismo de verificação como tipo ideal: a prática de fact-checking no Brasil. 2019

SILVA, Victor Hugo; KNEIPP, Valéria Aparecida Pires. As transformações do jornalismo em tempo de fake news: a ascensão da prática de fact-checking como ferramenta de reafirmação do compromisso com os fatos. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, v. 12, n. 30, p. 32-47, 2022

SOARES, Lucas Gabriel Dias. Elementos do fact-checking: uma análise sobre a linguagem dos textos de combate à desinformação na agência Aos Fatos. 2019

TEIXEIRA, João Felipe; MARTINS, André Vieira. Fact-checking no combate às fake news sobre a COVID-19: um estudo exploratório das agências digitais de checagem de fatos contra a desinformação da pandemia. **Comunicação & Inovação**, v. 21, n. 47, 2020

VIANA, Tiago Duarte. O jornalismo digital e as fake news: um estudo das plataformas digitais de fact-checking “Lupa” (Brasil) e “Polígrafo” (Portugal). 2021

WEILER, Douglas Fernando. As mudanças no jornalismo em meio à ascensão das fake news: uma visão sobre o fact-checking e a democracia. 2019